



Reflexión y diseño de las bases del Plan de Competitividad del comercio riojano

Presentación Consejo de Comercio

19 de noviembre 2018

Objetivos de la presentación

Objetivos de la presentación



Recapitular y presentar las principales conclusiones derivadas de la elaboración del Diagnóstico de Situación del Comercio de La Rioja



Presentar la formulación estratégica para el III Plan de Competitividad del Comercio riojano



Compartir líneas de actuación a poner en marcha en los próximos años



Presentar el Modelo de seguimiento y gobernanza del III Plan de Competitividad del Comercio riojano

Metodología de trabajo

Metodología de trabajo



Principales conclusiones del Diagnóstico de Situación

Oferta

¿Cómo es el comercio riojano?

4.038
comercios en
2017



33%
de comercios

Equipamiento de la
persona y accesorios

11.219
personas
afiliadas en
2017

1.438 M€
de facturación
en 2016



22%
de comercios

Productos alimenticios,
bebidas y tabaco

2,82

Personas de media
afiliadas por
establecimiento

356.230 €

de facturación
media por comercio



17%
de comercios

Artículos de uso
doméstico y hogar

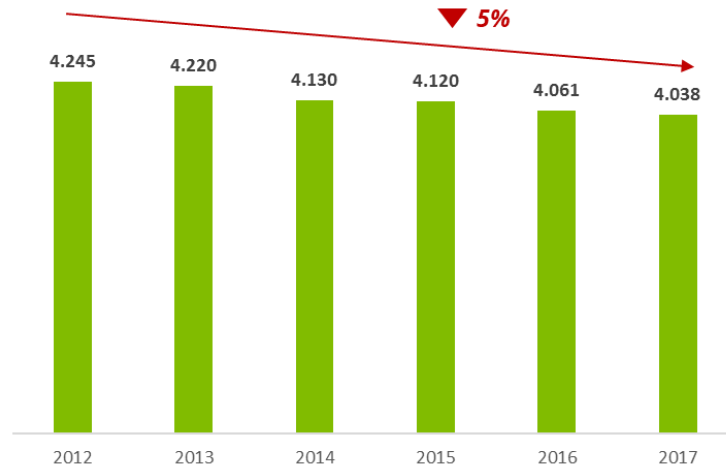


Los municipios de
Logroño, Calahorra,
Arnedo, Haro y Nájera
concentran el 75% de los
comercios de La Rioja

¿Cómo es el comercio riojano?

Evolución de establecimientos comerciales de La Rioja 2012 - 2017

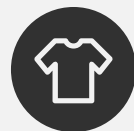
4.038
comercios en
2017



La Rioja ha perdido un 5% de su tejido comercial en el periodo 2012-2017 (de 4.245 a 4.038 establecimientos)

A nivel global, la zona de **Logroño posee el 59,5% de los establecimientos comerciales de la Rioja, con un total de 2.403 establecimientos**

11.219
personas
afiliadas en
2017



31%
de afiliados

Equipamiento de la persona y accesorios



25%
de afiliados

Establecimientos no especializados (bazares, grandes almacenes, etc.)



16%
de afiliados

Artículos de uso doméstico y hogar

¿Cómo es el comercio riojano?

	Número de comercios 2017	Variación comercios 2012-2017	Comercios / 1.000 habitantes	Número de personas afiliadas
Zona de Haro	266	-2,9%	14,0	564
Zona de Santo Domingo De la Calzada	109	-19,3%	12,4	107
Zona de Ezcaray	44	-4,3%	17,7	77
Zona de Anguiano	39	11,4%	11,8	32
Zona de Nájera	200	-6,5%	14,6	515
Zona de Camero Nuevo	20	25%	9,23	71
Zona de Camero Viejo	2	-50%	3,24	13
Zona de Logroño	2.403	-3,7%	12,4	7.242
Zona de Calahorra	459	-8,4%	13,9	1.097
Zona de Alfaro	190	-4,0%	11,9	384
Zona de Cervera	49	-5,8%	14,2	68
Zona de Arnedo	257	-6,5%	13,6	555

La zona de Logroño aglutina casi el 60% de los comercios de La Rioja, siendo aquellas ubicadas más al sur de la región (Camero Nuevo, Camero Viejo, Cervera, Anguiano) aquellas que cuentan con una oferta comercial más limitada, considerando que tienen un carácter marcadamente rural.

Principales conclusiones del Diagnóstico de Situación

Demanda

Comprador residente en La Rioja



312.830
habitantes



49%



51%



La evolución demográfica de La Rioja ha presentado un **descenso demográfico progresivo a partir del año 2012**. En 2018 se produce un **aumento de la población (0,07%** respecto año anterior)

Logroño es la zona con mayor número de habitantes de la Comunidad Autónoma de La Rioja, mientras que las zonas del sur de La Rioja destacan por tener una población muy pequeña, siendo **Camero Nuevo y Camero Viejo las zonas menos pobladas de la región**.



Se estima que **la población riojana descenderá un 5,1% en el periodo 2016-2031**



Las previsiones de población ahondan en un **progresivo envejecimiento de la población**

Las previsiones de población ahondan en una **ligera feminización de la población**

Las previsiones sobre el tamaño del hogar apuntan a un **mayor incremento de los hogares unipersonales en los próximos años**

¿En qué se caracteriza el comprador residente?

Buen trato, confianza, comodidad y profesionalidad, los atributos mejor valorados

El consumidor riojano otorga de media 3,83 puntos sobre 5 al conjunto de los atributos del comercio

Logroño, zona donde se obtiene una imagen general más positiva

Rioja Baja, zona donde se obtiene una imagen general menos positiva

El 48,5% considera que el comercio ha sabido adaptarse a las necesidades del entorno

Las actividades relacionadas con descuentos especiales, stocks u outlets, las que más calan a los consumidores

Pequeñas tiendas urbanas de alimentación o textil y el supermercado de ciudad, los formatos que otorgan mayor confianza

Aumento del consumo online

Población de entre 18 y 34 años, los que más compras realizan a través de internet

Comprador turista



200.974

entradas de viajeros en establecimientos hoteleros

(anual hasta mayo 2018)

1.443.407

pernoctaciones en establecimientos hoteleros

(anual hasta mayo 2018)



1,7

estancia media hotelera

Mayo 2018



El **70% de turistas proceden del Estado**, mientras que el **turismo extranjero representó el 30%**



Los **meses de julio y agosto son los que presentan mayor dinamismo turístico**, concentrando el **26%** de las entradas de viajeros en la ciudad



El **posicionamiento turístico** de la ciudad y su entorno (arte, modernidad, creatividad, etc.) **debe tener reflejo en la adaptación de la oferta comercial** de La Rioja

92% con intención de compra

86,5% con intención de compra de alimentos o bebidas envasadas

Gasto medio de 87,9 €

Estancia de 2 días

Hostelería como complemento









Formulación estratégica

Visión del comercio riojano



La **visión** de La Rioja como territorio comercial es la de construir un **modelo de comercio exitoso**, diferenciado por la calidad de su producto y su cercanía al cliente, un sector compuesto por **comercios competitivos, modernos y adaptados a las tendencias sectoriales** (tanto de oferta como demanda) y, sobre todo, **con una fuerte cultura sectorial** que derive en un comercio cohesionado y unido donde la colaboración sectorial y con otros sectores sea una de las señas de identidad.

Objetivos del Plan de Competitividad

-  • **Apoyar al pequeño y mediano comercio local** riojano, potenciando y poniendo en valor su papel como motor de desarrollo económico y social del territorio.
-  • **Generar una cultura sectorial sólida** en el sector del comercio de La Rioja, a través de una estrategia unificada y compartida por los diferentes agentes que trabajan por y para el mismo.
-  • **Favorecer la modernización y la innovación** en el comercio riojano, apoyando nuevos modelos de negocio comercial, así como la adquisición de nuevas competencias y herramientas por parte de los comercios riojanos.
-  • **Apoyar al comercio riojano en el proceso de adaptación de su oferta a los nuevos hábitos de consumo** de la demanda, garantizando su adecuación a las necesidades y demandas de la población.
-  • **Dinamizar la demanda** comercial de La Rioja, dando mayor visibilidad al sector frente a la sociedad riojana.
-  • **Trabajar para favorecer una oferta comercial equilibrada** a lo largo de todo el territorio riojano.

Ejes estratégicos del Plan de Competitividad

Las 3 Cs del comercio riojano



Cultura

Este eje estratégico se vincula al desarrollo de actuaciones que se orienten a **generar conciencia sectorial**, a través de mecanismos de coordinación y colaboración público-privada.



Competitividad

Dentro de este eje estratégico, se trabaja en la identificación de líneas de trabajo que incidan directamente en la **oferta comercial** de La Rioja, potenciando su modernización, innovación y adaptación a los nuevos hábitos de compra.



Compras

Se incluyen en este eje estratégico las iniciativas orientadas a **dinamizar la demanda comercial** en La Rioja, visibilizando al comercio y potenciando las compras dentro del territorio

Líneas estratégicas del Plan de Competitividad

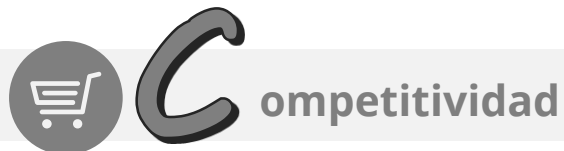


1.1 Colaboración sectorial e inter-sectorial: impulso a nuevos mecanismos de cooperación y colaboración en el sector comercial riojano, involucrando a los agentes clave del mismo sobre la base de una estrategia compartida; favoreciendo, al mismo tiempo, la búsqueda de sinergias con otros sectores afines al comercio (hostelería, turismo, ocio, etc.)

1.2 Asociacionismo: fomento del asociacionismo como la base para la unión del sector comercial, reflexionando sobre nuevas fórmulas para la gestión del comercio urbano y generando estructuras de gestión comercial sólidas, sostenibles y con legitimidad para la representación de los comerciantes.

1.3 Imagen del sector/reconocimiento: visibilización y puesta en valor del comercio riojano como uno de los motores de la economía regional y local, comunicando su impacto y contribución al crecimiento sostenible del territorio y reconociendo las mejores prácticas sectoriales.

Líneas estratégicas del Plan de Competitividad



2.1 Formación para nuevos retos: adaptación de las acciones de capacitación para el sector comercial a las necesidades de los comerciantes riojanos y a los nuevos retos del sector, trabajando de una manera coordinada entre los diferentes agentes que prestan formación al comercio.

2.2 Información e investigación: refuerzo de la investigación en el ámbito comercial, garantizando la transferencia de conocimiento e información al sector de una manera práctica.

2.3 Innovación en la gestión: puesta a disposición de los comercios de herramientas y recursos que permitan avanzar en su modernización y adaptación a los nuevos hábitos y retos del sector.

2.4. Apoyo al comercio local: apuesta por el pequeño y mediano comercio local de La Rioja, apoyándolo en su proceso de mejora competitiva continua y en dotarse de los recursos necesarios para competir en el entorno actual.

Líneas estratégicas del Plan de Competitividad



3.1 Dinamización comercial: potenciación de las compras en establecimientos comerciales de La Rioja, promocionando y dinamizando el territorio como un lugar de compras, a través de campañas y eventos singulares que aporten identidad al comercio riojano y potencien el acto de compra.

3.2 Turismo de compras: consideración del turismo y el excursionismo como una oportunidad para el desarrollo del sector comercial, buscando sinergias con los diferentes agentes turísticos para presentar al comercio como un complemento de la visita a La Rioja.

Proyectos e iniciativas

Proyectos e iniciativas del Plan de Competitividad



1.1 Colaboración sectorial e inter-sectorial

Creación de una Mesa estratégica de Comercio en el marco del Consejo Riojano de Comercio

Colaboración con ayuntamientos para fomentar una visión compartida y avanzar en la simplificación normativa y la efectividad de ayudas al comercio

1.2 Asociacionismo

Revisión del modelo de asociacionismo: zonificación comercial de La Rioja y reflexión sobre el modelo de asociacionismo óptimo en cada una de ellas

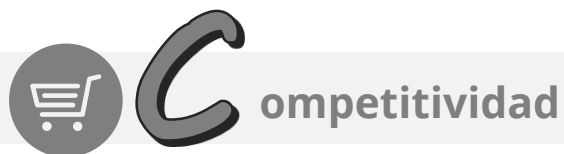
Coordinación con las asociaciones para el desarrollo de una campaña para el fomento del asociacionismo

1.3 Imagen del sector/reconocimiento

Puesta en marcha de un programa de "Comercios Selectos"

Desarrollo de un estudio para visibilizar el impacto del comercio sobre el territorio y su contribución a la sociedad riojana y jornadas participativas de difusión

Proyectos e iniciativas del Plan de Competitividad



2.1 Formación para nuevos retos	2.2 Información e investigación	2.3 Innovación en la gestión	2.4. Apoyo al comercio local
Elaboración de un calendario de acciones formativas coordinado entre los diferentes agentes del sector	Reformulación del Observatorio de Comercio de la Rioja hacia un órgano de vigilancia competitiva del sector	Creación de una red de comercios innovadores en el territorio, a través de la cual diseñar y generar nuevos proyectos para el sector	Revisión de los criterios de ayudas al comercio, desarrollando medidas de apoyo al pequeño y mediano comercio local
Incorporación de la formación comercial como elemento de discriminación positiva para el acceso a ayudas y recursos públicos para el comercio	Generación de un evento trimestral, con sede rotativa, para trasladar tendencias del sector	Reconocimientos a comercios innovadores riojanos	Puesta en marcha de un servicio específico de apoyo al emprendimiento comercial
Diseño de un programa de píldoras de formación <i>online</i> para el comercio riojano (gestión, nuevas tecnologías, etc.)			Reflexión sobre la creación de una plataforma de venta <i>online</i> compartida y la puesta en marcha de un proyecto piloto para la entrega a domicilio en el pequeño y mediano comercio local

Proyectos e iniciativas del Plan de Competitividad



3.1 Dinamización comercial

Revisión de las campañas y eventos de dinamización comercial y generación de un evento de referencia en cada área comercial

Utilización de nuevas herramientas tecnológicas para la dinamización comercial

Oficina móvil de promoción comercial: campaña de promoción del producto riojano y el comercio local a lo largo de todo el territorio

3.2 Turismo de compras

Incorporación del comercio a los recursos de promoción turística (regionales y locales)

Desarrollo de iniciativas y proyectos para impulsar el turismo de compras en La Rioja

Modelo de seguimiento y gobernanza

Modelo de seguimiento y gobernanza



Planes de Actuación con carácter anual

Se prevé que, a lo largo del periodo de vigencia del III Plan de Competitividad del Comercio riojano, se desarrollen con carácter anual planes de carácter operativo

Por otro lado, se plantea que la **Mesa estratégica de Comercio** a poner en marcha en el seno del Consejo Riojano de Comercio sea el órgano encargado de la coordinación, gobernanza, liderazgo y seguimiento del Plan de Competitividad. Entre sus funciones se encontrarán, por tanto:

- Elaboración de los Planes de Actuación anuales
- Seguimiento de la implementación III Plan de Competitividad del Comercio riojano
- Evaluación de los resultados del III Plan de Competitividad del Comercio riojano



Muchas gracias a todos/as.